

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini kualitas jasa paket Blackberry AXIS dinilai berdasarkan kesesuaian jasa yang diberikan PT AXIS Telekom Indonesia dengan yang disyaratkan atau distandarkan yang terwujud dalam sifat dan karakteristik total jasa dalam dimensi *reability*, *responsiveness*, *access*, *communication*, *credibility* dan *tangibles*. Promosi penjualan adalah serangkaian teknik yang digunakan oleh PT AXIS Telekom Indonesia untuk mencapai sasaran-sasaran penjualan yang ditetapkan dengan menggunakan biaya yang efektif, dengan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada para perantara maupun pemakai langsung yang tidak dibatasi dalam suatu jangka waktu tertentu dengan dimensi: promosi konsumen (*consumer promotion*) dan promosi bisnis (*business promotion*). Kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan paket Blackberry AXIS dengan membandingkan kinerja layanan yang dibelinya dengan harapan atau ekspektasi pelanggan tersebut dengan dimensi: atribut yang berhubungan dengan layanan dan atribut yang berhubungan dengan pembelian.
2. Kualitas jasa (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) paket Blackberry AXIS. Dari analisis regresi diperoleh koefisien regresi sebesar 0,368, uji t menghasilkan nilai t_{hitung}

sebesar 10,622 dan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Artinya, semakin baik kualitas jasa paket Blackberry AXIS maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya jika kualitas jasa paket Blackberry AXIS kurang baik maka akan menurunkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas jasa (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siagian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Jasa Flexy Terhadap Kepuasan Konsumen” yang menunjukkan bahwa kualitas jasa memiliki peran dalam meningkatkan kepuasan konsumen dengan sumbangan sebesar 38.2%..

3. Promosi penjualan (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) paket Blackberry AXIS. Dari analisis regresi diperoleh koefisien regresi sebesar 0,372, dari uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 7,563 dan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Artinya, semakin baik promosi penjualan paket Blackberry AXIS maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya jika promosi penjualan Paket Blackberry AXIS kurang baik maka akan menurunkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh promosi penjualan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alexander (2009) melakukan penelitian dalam skripsi dengan judul: “Pengaruh Promosi Penjualan dan Citra Merk Terhadap Kepuasan Konsumen *Smartphone* Blackberry Telkomsel”.

4. Kualitas jasa (X_1) dan promosi penjualan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Paket Blackberry AXIS. Analisis regresi berganda menghasilkan persamaan $Y = -5,335 + 0,368X_1 + 0,372X_2$. Dari uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 227,440 dan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Artinya, semakin baik kualitas jasa dan promosi penjualan paket Blackberry AXIS secara bersama-sama maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya jika kualitas jasa dan promosi penjualan secara bersama-sama kurang baik maka akan kepuasan pelanggan juga akan rendah. Dengan demikian hipotesis 3 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas jasa (X_1) dan promosi penjualan (X_2) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y) diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

- A. Pada variabel kualitas jasa yaitu :
 1. Dari segi aktivasi kartu perdana paket Blackberry AXIS, hendaknya AXIS menambah fitur baru seperti menu USSD atau dengan layanan seperti *123# dan fitur *by phone* seperti menghubungi 123 dan mengikuti perintah selanjutnya agar mempermudah aktivasi kartu perdana tersebut.
 2. Pada indikator informasi layanan seputar layanan paket Blackberry AXIS menurut pelanggan masih sulit diakses, hal ini dikarenakan pada website atau *homepage* AXIS tidak disediakan menu khusus pengguna paket

Blackberry sehingga banyak pelanggan kesulitan mengakses informasi layanan tersebut. AXIS hendaknya melakukan perubahan pada website tersebut agar pengguna dapat mudah mengakses informasi tentang paket Blackberry tersebut.

3. Menurut informasi pelanggan contact center AXIS masih kurangan memberikan informasi yang tepat seputar layanan paket Blackberry AXIS. Hendaknya AXIS melakukan evaluasi terhadap kinerja call centre AXIS dengan memberikan masukan atau *feedback* pada call centre apabila melakukan kesalahan dalam penyampaian informasi.
4. Pada indikator fitur menu paket Blackberry AXIS masih belum mendapatkan kepercayaan dari pelanggan, hal ini dapat dilihat dari hasil survei yang dilakukan oleh peneliti. AXIS hendaknya melakukan *mainternance* jaringan secara berkala terhadap area yang dianggap paling banyak mendapat keluhan banyak dari pelanggan dan memperbaiki secepatnya apabila terjadi kendala jaringan tersebut.

B. Untuk variabel promosi penjualan yaitu :

1. Hadiah yang diberikan berdasarkan intensitas pelanggan tersebut masih kurang menarik perhatian pelanggan dilihat dari tingkat survei yang dilakukan oleh peneliti. Pada point tersebut selain melakukan penawaran promosi penjualan hendaknya AXIS juga melakukan peningkatan kualitas jaringan dengan melakukan penambahan *bandwith* agar mendukung dari promosi yang ditawarkan oleh AXIS.
2. Garansi paket Blackberry yang ditawarkan oleh AXIS masih belum

optimal karena selain melakukan pengembalian pulsa atau refund hendaknya AXIS juga melakukan perbaikan pada point kekurangannya tersebut yaitu service yang ditawarkan dengan meningkatkan kualitas jaringannya tersebut.

3. Pada point promosi melalui pameran, menurut pelanggan yang dilakukan survei oleh peneliti AXIS disini masih kurang mengikuti kegiatan pameran tersebut. Pada permasalahan ini hendaknya bagian pemasaran AXIS melakukan monitoring dan melakukan hubungan baik pada pelanggan yang dirasa sudah cukup lama menggunakan paket Blackberry AXIS agar pelanggan terasa nyaman menggunakan service AXIS tersebut.
4. Pada pameran telekomunikasi, dari survei yang dilakukan oleh peneliti AXIS masih kurang mengikuti kegiatan pameran tersebut. Pada divisi pemasaran AXIS hendaknya mengikuti pameran yang bertema IT atau telekomunikasi seperti Indocomtech, karna dari situ banyak pengguna Blackberry yang datang berkunjung.

C. Pada variabel kepuasan pelanggan yaitu :

1. Dari segi variatif fitur baru seperti bonus telepon, sms, menurut pelanggan masih kurang diminati, karena untuk bonus telepon sms hanya bisa digunakan sesama provider AXIS saja. Pada bagian pemasaran AXIS hendaknya melakukan inovasi dengan memberikan tambahan fitur seperti bonus streaming karena dengan adanya tambahan layanan tersebut menjadi keunggulan tersendiri dibandingkan provider lain yang sejenis mengingat AXIS sebagai provider baru yang menawarkan jasa paket

Blackberry tersebut.

2. Pada indikator harga paket Blackberry AXIS dilihat dari hasil survei yang dilakukan oleh peneliti, pelanggan masih kurang puas mengenai harga yang ditawarkan oleh AXIS. Faktor harga sangat menentukan kepuasan pelanggan, oleh karena itu PT AXIS Telekom Indonesia harus berupaya meningkatkan kualitas jasa seperti penambahan fitur baru seperti layanan chatting pelanggan AXIS agar selalu dapat berkomunikasi antara pelanggan dengan customer services apabila ada pertanyaan atau keluhan, peningkatan jaringan agar pelanggan merasa puas dengan biaya yang dikeluarkan.
3. Menurut informasi dari pelanggan, harga paket Blackberry AXIS kurang bersaing dengan produk sejenis. Pelanggan baru tentunya tertarik pada produk dan jasa berdasarkan harga yang ditawarkan, bagian pemasaran atau marketing hendaknya memperhatikan dan mempertimbangkan berbagai strategi untuk memberikan diskon menjual harga seminimal mungkin agar pembeli baru paket Blackberry AXIS.

Adapun saran-saran untuk akademisi adalah sebagai berikut agar peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian di luar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini misalnya kualitas produk, periklanan, kelompok referensi dan lain-lain. Bagi peneliti selanjutnya juga disarankan untuk melakukan penelitian pada jenis usaha atau produk yang berbeda dari penelitian ini agar diperoleh gambaran yang lebih spesifik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.